

**DIMENSI CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK ORIFLAME  
(STUDI KASUS PADA MEMBER PT ORINDO ALAM AYU CABANG  
PALEMBANG)**



**LAPORAN AKHIR**

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III  
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh:**

**YULIA  
0612 3060 1268**

**POLITEKNIK NEGERI SRWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG**

**2015**

**DIMENSI CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK ORIFLAME  
(STUDI KASUS PADA MEMBER PT ORINDO ALAM AYU  
CABANG PALEMBANG)**



**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III  
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh:**

**YULIA  
0612 3060 1268**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I**

**Dra. Yusleli Herawati, S.E., M.M  
NIP 196005071988112001**

**Pembimbing II**

**A. Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res  
NIP 19600806198101001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Hendra Sastrawinata, S.E., M.M  
NIP 197208182003121002**

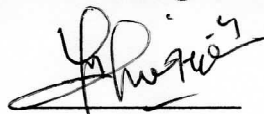

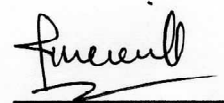
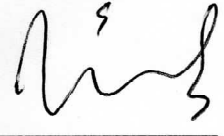
## LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Yulia  
NIM : 0612 3060 1268  
Jurusan/ Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Akhir : Dimensi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Member PT Orindo Alam Ayu Cabang Palembang)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Dan dinyatakan LULUS

Pada hari: Jum'at  
Tanggal: 10 Juli 2015

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dra. Yusleli Herawati, S.E., M.M</u> Ketua		12/8 - 2015
2.	<u>Hendra Sastrawinata, S.E., M.M</u> Anggota		21/8 - 2015
3.	<u>Neneng Miskiyah, S.E., M.Si</u> Anggota		28/8 - 2015
4.	<u>Nirwan Rasyid, S.E., M.M</u> Anggota		10/8 - 2015



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

Jalan Sriwijaya Negara Bukit Besar Palembang 30139

Telepon 0711-353414 Faksimili 0711-355918

Laman: <http://www.polsri.ac.id> Pos El: [info@polsri.ac.id](mailto:info@polsri.ac.id)

---

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulia

NIM : 0612 3060 1268

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Judul Laporan Akhir : “Dimensi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame” (Studi Kasus Pada Member PT Orindo Alam Ayu Cabang Palembang)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan dari Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya terbukti plagiat/menyalin dari Laporan Akhir milik orang lain, saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juni 2015

Yang membuat pernyataan,

  
Yulia  
NIM 0612 3060 1268

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*“Sukses tak datang dari apa yang diberikan orang lain padamu, tapi dari keyakinan dan kerja keras dirimu sendiri”.*

Ku persembahkan untuk:

*Kedua orang tuaku yang selalu*

*Memberikan dukungan dan doa yang tak henti-hentinya*

*Saudara – saudaraku*

*Sahabat-sahabat terbaikku*

*Semua teman seperjuangan di kelas 6 AND*

*Almamater POLSRI*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Dimensi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame” (Studi Kasus Pada Member PT Orindo Alam Ayu Oriflame Cabang Palembang).**

Tujuan penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Pendidikan Diploma III pada Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun dengan segenap kemampuan dan berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun, sehingga menjadi bahan masukan bagi penulis dimasa mendatang.

Akhir kata semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada kita semua dan penulis mengharapkan semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua, amin.

Palembang, Juni 2015

Penulis,

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Adapun selesainya Laporan Akhir ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan, nasehat, motivasi serta pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Rd. Kusumanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Wakil Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Dra. YusleliHerawati, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I.
5. A. JalaluddinSayuti,S.E.,M.Hum.Res., selaku dosen pembimbing II.
6. Bapak Muhammad Benny selaku Service Center Manager di PT. Orindo Alam Ayu Cabang Palembang.
7. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Kedua orang tuaku yang aku sayangi dan aku cintai.
9. Saudara-saudaraku kakak dan mbakku yang selalu memberikan semangat dan masukkan dalam menyelesaikan laporan ini (Kak Abdullah, Mbak Fitria, Mbak Rupiah dan Kak Muharam).
10. Keponakan-keponakanku yang selalu memberikan canda tawanya setiap harinya (Ziki, Cinta, Rara, Khaila, Khasifa).
11. Teman-teman seperjuangan kelas 6 AND

12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih banyak untuk semuanya.

Akhir kata, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembacanya.

Palembang, Juni 2015

Penulis



## **ABSTRACT**

The purpose of this final report is to determine the dimension of brand image on product purchasing decisions Oriflame "case studies on members of the PT Orindo Alam Ayu Palembang branch". Data collections done by means of a questionnaire. The data analysis was done in two ways, namely quantitative analysis and qualitative analysis. The quantitative analysis techniques of data processing with the help of the percentage of tabulation, ie the total scores obtained divided by the maximum score multiplied by 100%. Qualitative analysis techniques performed by analyzing the results of quantitative analysis by applying relevant theories. The results were further interpreted in the form of statement of results obtained showed that the four variable dimensions of brand image have a role that is very strong and powerful. Recognition with a score of 74.3%, the dimensions of reputation with a score of 90.9%, 89.2% affinity dimensions, whereas the variable dimensions of loyalty with a score of 90.7% in decision-making by consumers. The authors hope that the company can maintain the reputation dimensions, dimensions of affinity and loyalty dimensions of Oriflame brand image and could increase further dimension dimensional image of the brand recognition of Oriflame. Better if the company PT Orindo Alam Ayu Branch Palembang perform recognition (promotion) through advertising on television media to deliver information that can be spread widely. The fourth variable dimensions are a very strong role in decision-making by consumers.

Keywords; Recognition, Reputation, Affinity, Loyalty.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan .....	5
1.4.1 Tujuan Penulisan .....	5
1.4.2 Manfaat Penulisan .....	5
1.4.2.1 Manfaat Bagi Perusahaan .....	6
1.4.2.2 Manfaat Bagi Penulis .....	6
1.5 Metodologi Penelitian .....	6
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	6
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data .....	7
1.5.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....	8
1.5.5 Analisis Data .....	9

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.2 Pengertian Merek .....	10
2.3 Pengertian Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	12
2.4 Manfaat Merek.....	13
2.5 Dimensi Citra Merek .....	14
2.6 Keputusan Pembelian .....	15
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
2.6.2 Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	16
2.6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Pembelian.....	18

## **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	20
3.2 Visi dan Misi PT Orindo Alam Ayu Oriflame Cabang Palembang.....	20
3.3 Struktur Organisasi PT Orindo Alam Ayu Oriflame Cabang Palembang .....	21
3.4 Uraian Tugas .....	22
3.5 Prosedur Sistem Penjualan PT Orindo Alam Ayu Cabang Palembang .....	26
3.6 Produk PT Orindo Alam Ayu Cabang Palembang .....	27
3.7 Karakteristik Responden .....	28

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Dimensi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Pada Member PT Orindo Alam Ayu Cabang Palembang .....	40
--	----

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Saran .....	60

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Hasil Persentase Jawaban Kuesioner .....	9
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	31
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	32
Tabel 3.5 Dimensi Pengenalan ( $X_1$ ) .....	33
Tabel 3.6 Dimensi Variabel Reputasi ( $X_2$ ) .....	34
Tabel 3.7 Dimensi Daya Tarik ( $X_3$ ) . .....	35
Tabel 3.8 Dimensi Kesetiaan ( $X_4$ ) .....	38
Tabel 3.9 Dimensi Keputusan Pembelian (Y). .....	42
Tabel4.1 Dimensi Pengenalan ( $X_1$ ), data primer diolah .....	45
Tabel4.2 Dimensi Variabel Reputasi ( $X_2$ ),data primer diolah .....	48
Tabel4.3 Dimensi DayaTarik ( $X_3$ ),data primer diolah.....	52
Tabel 4.4 Dimensi Kesetiaan ( $X_4$ ),data primer diolah .....	56
Tabel 4.5 Dimensi Keputusan Pembelian (Y),data primer diolah .....	58

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar2.1 Proses Keputusan Pembelian .... ..	16
Gambar3.1Struktur Organisasi Orindo Alam Ayu Oriflame Cabang Palembang .....	22

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Permohonan Surat Pengantar Penelitian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Persetujuan Pengambilan Data
- Lampiran 4 Surat Kesepakatan Bimbingan
- Lampiran 5 Lembar Konsultasi Pembimbing I
- Lampiran 6 Lembar Konsultasi Pembimbing II
- Lampiran 7 Lembar Rekomendasi Laporan Akhir
- Lampiran 8 Revisi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 9 Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 10 Kartu Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 11 Kuesioner